



2008/31 Homestory

<https://jungle.world/artikel/2008/31/home-story>

Home Story

<none>

Hexenschuss, Sonnenbrand, Prellungen und blaue Flecken. Irgendwie sehen wir diese Woche nicht gut aus. Zum Glück verteilen sich diese Blessuren auf die verschiedenen Kolleginnen und Kollegen. Zusammengenommen könnte es aber beängstigend wirken. Dies ist jedoch nicht der Grund, weshalb eine verdiente Kollegin, ein Urgestein unserer Redaktion sozusagen, in dieser Woche ein paar Sektflaschen knallen ließ, um sich sodann flugs in ein fünfmonatiges Sabbatjahr zu verabschieden, mit offenem Ausgang. Natürlich hoffen wir inständig, dass sie sich nicht gänzlich von uns entwöhnt, und nach der Auszeit wieder in unsere Mitte zurückfindet. Immerhin hat sie uns schon ihren Besuch in unserem Ferienhaus in XY angekündigt, das ist doch ein positives Zeichen. Angesichts der sommerlichen Hitze wären wir natürlich schon jetzt gerne im zum Haus gehörenden kühlen Pool, aber das muss noch ein wenig warten.

Derweil beobachten wir gespannt, welche Anzeigen Google auf unserer Homepage schaltet, offenbar thematisch abgestimmt auf die Artikel. Soweit ein Automat eben meint, das abstimmen zu können. Beim Artikel über Houellebecqs Mutter gibt's eine Anzeige für Kinderpantoffel, zum Text über eine rechtsextreme Anti-Islam Konferenz entdecken wir Werbung für eine muslimische Singlebörse, ein Beitrag mit der Überschrift »In China essen sie Rinder« wird von einer Anzeige flankiert: »Asian Girls for Love & Marriage«, der Bolivienartikel mit Reiseempfehlungen für Peru, und neben einer Kritik des Rätekommunismus wird für einen Hebräisch-Sprachkurs geworben. Passt schon. Irgendwie.

Aber nicht alles ist nachvollziehbar. Was die Reportage über ein Museum voller Nazi-Devotionalien mit Luxusapartements in Budapest zu tun hat, und die Popfeminismus-Disko mit Bed-and-Breakfast in Italien, erschließt sich uns nicht ganz, ebenso warum die Würdigung des 100jährigen Bestehens des Rowohlt-Verlags mit der Anzeige: »Sie sind Esoterik-Autor? Wir verlegen ihr Buch!« gekoppelt wird.

Auf jeden Fall ist das alles doch recht unterhaltsam. Dazu erfreuen wir uns an den ersten Fotos des Kollegen-Nachwuchses, mit dem es offenbar bestens läuft. Unser für seine Rationalität und Besonnenheit geschätzter Kollege schrieb uns: »Bislang ist er artig und fügsam. Wir werden ihn also doch nicht an Angelina Jolie verkaufen, halten uns die Möglichkeit aber offen, um in der später sicher nicht immer einfachen Eltern-Kind-Diplomatie über ein Druckmittel zu verfügen.« Wenn Sie also eines Tages eine Anzeige auf unserer Homepage finden: »Süßes Jungle-Baby preiswert abzugeben«, dann wissen Sie, dass Angelina Jolie offenbar nicht interessiert war.